



Aalborg Universitet

AALBORG UNIVERSITY
DENMARK

Likekultur på sociale medier

Larsen, Malene Charlotte

Creative Commons License
Ikke-specificeret

Publication date:
2020

Document Version
Også kaldet Forlagets PDF

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):

Larsen, M. C. (Forfatter). (2020). Likekultur på sociale medier. Lyd og/eller billed produktion (digital), .

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Likekultur på sociale medier

Malene Charlotte Larsen, lektor

Institut for Kommunikation og Psykologi, Aalborg Universitet

Opgave: Motiver for at "like"

Analyser din egen like-praksis på sociale medier (med fokus på interaktioner med venner/ andres personlige deling af indhold – ikke brands).

Åbn dette skema og gennemgå spørgsmålene: <https://tinyurl.com/AAUPlayLike>

- Hvilke typer af likes har du selv benyttet i din tid på sociale medier? Kig på de 31 listede like-typer – sæt kryds i skemaet ved alle dem, du kan huske at have benyttet dig af.
- Fandt du nye typer af likes? Skriv dem gerne ind sidst i skemaet.

Typer af likes:

- 1) **Indholds-like:** Jeg likede, fordi jeg kunne lide det delte indhold.
- 2) **Medlidenheds-like:** Jeg likede, fordi ingen andre havde liket, og jeg havde ondt af den, der havde delt opslaget.
- 3) **Netværks-like:** Jeg likede, fordi jeg tjekkede, hvem der ellers havde liket opslaget, og deriblandt var mange, som er vigtige for mig.
- 4) **Venskabs-like:** Jeg likede, fordi vedkommende, som havde delt opslaget, er vigtig for mig.
- 5) **Gensidigheds-like:** Jeg likede, fordi vedkommende ofte liker mine ting.
- 6) **Facade-like:** Jeg likede, fordi jeg gerne vil tage mig godt ud over for mine venner.
- 7) **Rutine-like:** Når jeg bruger sociale medier, er det en rutine at gå gennem opslag og like nogle af mine venners opslag.
- 8) **Jeg lagde mærke til dit opslag-like:** Jeg likede, så vedkommende kunne se, at jeg havde set opslaget.
- 9) **Velkommen-like:** Jeg likede et opslag for at byde vedkommende velkommen på det sociale medie.
- 10) **At holde relationen ved lige-like:** Jeg likede for at holde relationen til vedkommende ved lige.
- 11) **Dating-like:** Jeg likede opslaget for at flirte med den, der havde delt det.
- 12) **Newsfeed-like:** Jeg likede et opslag, for at sikre mig, at vedkommendes opdateringer fortsat ville dukke op i mit newsfeed.
- 13) **Pres-like:** Jeg likede, fordi vedkommende, som havde delt opslaget, pressede mig til det.



- 14) **Strategi-like:** Jeg likede, fordi vedkommende, som havde delt opslaget, måske vil være brugbar for mig i fremtiden.
- 15) **Joke-like:** Jeg likede opslaget som en joke – ingen ville forvente, at jeg ville like sådan et opslag.
- 16) **Chikane-like:** Jeg likede opslaget for at chikanere brugeren.
- 17) **Algoritme-like:** Jeg likede for at forstyrre/forvirre algoritmen.
- 18) **Profilbillede-like:** Det er kutyme at like venners nye profilbilleder.
- 19) **Jeg er i live-like:** Jeg likede, så folk ved jeg er her, selvom jeg ikke deltager eller skriver kommentar.
- 20) **At få afløb-like:** Jeg likede for at få det godt med mig selv.
- 21) **Konversationsregulerings-like:** Jeg likede, så deltager i en tråd kan se, jeg har læst deres kommentar/jeg likede for at lukke samtalen ned.
- 22) **Bogmærke-like:** Jeg likede for at kunne vende tilbage til opslaget senere.
- 23) **Høfligheds-like:** Jeg likede, fordi det ville være uhøfligt ikke at gøre det.
- 24) **Holdnings-like:** Jeg likede, fordi jeg gerne ville vise andre i mit netværk, at jeg havde et bestemt synspunkt ift. et specifikt emne.
- 25) **Sympati-like:** Jeg likede et opslag, hvis jeg vidste, at afsenderen gik igennem en svær periode.
- 26) **Stemnings-like:** Jeg likede for at være med til at opbygge den gode stemning.
- 27) **"Nyt i dit liv"- like:** Jeg likede for at sige tillykke til perifere bekendtes livsbegivenheder som børn, bryllup, nyt hus mv.
- 28) **Reaction-ambivalens-like:** Jeg likede, fordi jeg ikke kunne bestemme mig for eller gennemskue, hvilken reaction jeg skulle vælge.
- 29) **Anti-like:** Jeg undlod bevidst at like, fordi der allerede var så mange, som havde liket.
- 30) **Tøvende like:** Jeg ventede lidt med at like, til der var flere, da havde liket opslaget.
- 31) **Fumble-like:** Jeg kom til at trykke på like-knappen ved en fejl.

Diskussionsspørgsmål

- Hvilke likes har I benyttet?
- Fandt I nye typer af likes?
- Er der forskel på betydningen af likes på tværs af platforme?
- Hvilke typer af likes og reactions hører hjemme hvor?
- Hvordan anvendes reactions?
- Mangler der nogle reactions på Facebook?
- Hvad siger det at like om brugernes identitet?



- Kan man "tabe ansigt" (jf. Goffman) i en medieret interaktionssituation?
- Kan likes eller fravær af likes føre til ansigtstab?
- I hvilke situationer oplever I "stretched face"?
- Eksempler på facework på andre digitale medier?

Uddybende læsestof:

- ▶ Eranti, V., & Lonkila, M. (2015). The social significance of the Facebook Like button. *First Monday*, 20(6): <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5505/4581>
- ▶ Hayes, R. A., Carr, C. T., & Wohn, D. Y. (2016). One Click, Many Meanings: Interpreting Paralinguistic Digital Affordances in Social Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(1), 171–187. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1127248>
- ▶ Johansen, S. L., & Larsen, M. C. (2019). *Børn, unge og medier*. Samfundslitteratur. Kort og præcist om medier og kommunikation: <https://samfundslitteratur.dk/bog/b%C3%B8rn-unge-og-medier>
- ▶ Larsen, M. C. (2012). Jeg skriver jo ikke selv, at jeg er smuk. *Information*: <https://www.information.dk/debat/2012/08/skriver-smuk>
- ▶ Larsen, M. C. (2013). Unges identitetsdannelse på Facebook. I Facebook. Fra socialt netværk til metamedie (pp. 157–185). Samfundslitteratur: https://www.saxo.com/dk/unges-identitetsdannelse-paa-facebook-malene-charlotte-larsen_pdf_9788759323700